

АНАЛИЗ РЫНОЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА БЕЛОРУССКИХ МЕБЕЛЬЩИКОВ**И.М. Зборина**

Полесский государственный университет, zborina@tut.by

Мебельная промышленность – одна из немногих отраслей белорусской экономики, готовых на равных конкурировать с западными производителями как на внутреннем, так и на мировом рынке. Здесь раньше, чем в других отраслях, сформировалась конкурентная борьба, и борьба за покупателя развернулась нешуточная. Причем не только между предприятиями, которые традиционно работали на потребительский рынок: все больше изделий предлагают созданные во всех крупных городах и свободных экономических зонах новые частные компании, претендующие на свою часть рынка.

По информации Министерства торговли к настоящему моменту белорусские предприятия в состоянии полностью удовлетворить потребности населения республики в мебели. С одной стороны, это иллюстрирует рост и благополучие мебельного сектора страны. В то же время он косвенно подтверждает установку белорусских властей на государственное регулирование и закрытость внутреннего товарного рынка. Для российских поставщиков мебели проникновение в Белоруссию сопряжено с большими проблемами. Ввоз товара выстроен чрезвычайно жестко. Сертификаты выдают только на год – затем все повторяется. Неудивительно, что на белорусском рынке российская мебель практически не представлена. Таким образом, можно увидеть, что мебельный рынок представляет собой динамическую конкурентную среду.

Для оценки использования товаропроизводителей своего рыночного потенциала и определения рыночной конкурентной позиции, были рассчитаны следующие индексы: доля в общем объеме реализуемой мебели концерном (Id); рыночная активность (Ia); рыночная неопределенность (Ii), два из которых являются

независимыми переменными, поскольку сумма этих значений – рыночный потенциал – является величиной постоянной.

Индекс I_d вычисляется по следующей формуле:

$$I_d = V_s / V_t, \quad (1)$$

где V_s – объем продаж предприятия;

V_t – общий объем реализации мебели концерном «Беллесбумпром».

В качестве индекса рыночной активности (I_a) используется среднегодовой прирост рыночной доли за промежуток времени:

$$I_a = I_{d1} - I_{d0} / I_{d0} \quad (2)$$

Исходя из предположения, что рыночный потенциал постоянен и равен единице, индекс рыночной неопределенности (I_i) будет рассчитываться по формуле: $i = 1 - I_d - I_a$.

Значение признается малым, если попадает в интервал от 0 до 0,25; невысоким – от 0,25 до 0,5; достаточным – от 0,5 до 0,75 и высоким – от 0,75 до 1 (табл.) [1].

Таблица. Индексы рыночного потенциала предприятий

№ пп	Предприятие	I полугод. 2008 г. (млн. руб.)	I полугод. 2007 г. (млн. руб.)	Индекс доли в общем объеме реализованной мебели концерном (I_d)	Индекс рыночной активности (I_a)	Индекс неопределенности (I_i)
1	ЗАО «Мозырьлес»	3303	2746	0,006	0,20	0.79
2	ЗАО «Бобруйскмебель»	20860	18079	0,043	0,15	0.80
3	ОАО «Гомельдрев» (объединение)	31284	28308	0,064	0,10	0.83
4	ОАО Гомельская МФ «Прогресс»	21857	19885	0,045	0,09	0.86
5	ОАО «Жлобинмебель»	4328	3286	0,008	0,31	0.68
6	СОООЗов- ЛенЕвромебель	55603	39257	0,114	0,41	0.47
7	ОАО «Ивацевичдрев»	25936	23437	0,053	0,10	0.84
8	КУП Лидская мебельная фабрика	5696	5010	0,011	0,13	0.85
9	ОАО Минскмебель	4893	3681	0,010	0,32	0.67
10	ОАО Минскпроектмебель	9070	7848	0,018	0,15	0.83
11	ОАО Могилевдрев	8038	7325	0,016	0,09	0.89
12	СООАО Могилевмебель	12405	7279	0,025	0,70	0.27
13	ОАО Мозырьдрев	12313	11206	0,025	0,09	0.88
14	ЗАО Молодечномебель	56573	47696	0,116	0,18	0.70
15	ОАО Мостодрев	5414	4572	0,011	0,18	0.80
16	ЗАО Холдинговая компания Пинскдрев	169211	136012	0,348	0,24	0.41
17	ОАО Речицдрев	1936	2235	0,003	-0,13	1.12
18	ОАО Слониммебель	14738	13271	0,030	0,11	0.86
19	ОАО Слуцкая мебельная фабрика	2024	1657	0,004	0,22	0.77
20	ОАО ФандОК (объединение)	12294	10499	0,025	0,17	0.80

Проведенный анализ показывает, что подавляющее большинство предприятий обладает высоким уровнем неопределенности, при этом лидером рынка является ЗАО «Пинскдрев», ряд предприятий имеет устойчивую позицию – СООАО Могилевмебель, СОООЗов – ЛенЕвромебель, ОАО Минскмебель.

Литература

- Зорина, Т.Г. Определение стратегий позиционно – деятельного поведения предприятий мебельной промышленности Республики Беларусь/ Т.Г. Зорина, И.В. Кашникова // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2008. – №7. – С. 30–38.
- Рубин, Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник / Рубин Ю.Б. – М.: Маркет ДС, 2006. – 712 с.